

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan analisis PLS untuk menguji analisis *brand awareness* dan *influencer* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lipstik wardah di surabaya selatan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Brand Awareness* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lipstik wardah di Surabaya. Oleh karena itu semakin tinggi brand awareness dari produk lipstik wardah, maka akan semakin tinggi juga tingkat keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sadarnya konsumen terhadap kualitas, kuantitas pada suatu produk maka akan berpengaruh juga terhadap keputusan pembelian.
- b. *Influencer* berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kosmetik lipstik wardah di Surabaya. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik influencer maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Semakin baik dalam memilih seseorang influencer yang mempunyai pengaruh terhadap produk yang dipromosikan di sosial media pribadi maka akan semakin baik juga dan semakin tinggi dalam keputusan pembelian produk kosmetik lipstik wardah.

5.2 Saran

Sehubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini beserta hasil dari analisa data yang telah disajikan maka dapat dijelaskan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan atau dimanfaatkan sebagai bahan dalam pengambilan keputusan, antara lain:

1. Dari Analisis *brand awareness* menunjukkan bahwa indikator yang paling besar berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah brand recall atau kemampuan konsumen akan cenderung lebih tertarik dengan mengingat merk dalam kategori tertentu sebagai suatu keputusan pembelian. sehingga cara konsumen dalam mengingat merk tersebut yaitu dengan pengaruh faktor lain yaitu seperti promosi, kualitas produk, dan persepsi harga. Oleh karena itu, dengan adanya faktor tersebut maka akan mendorong konsumen dalam keputusan pembelian produk kosmetik lipstik Wardah di Surabaya Selatan.
2. Dari analisis influencer menunjukkan bahwa indikator yang paling besar berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah trustworthiness atau suatu kepercayaan yang diberikan melalui pesan atau informasi yang disampaikan harus sesuai dengan faktanya. Kondisi seperti ini menandakan bahwa dalam influencer harus selektif dalam memilih seorang tersebut yang sehingga memberikan pengaruh dalam hal mempunyai pengikut yang banyak, oleh sebab itu akan meningkatkan suatu keputusan pembelian produk kosmetik lipstik Wardah di Surabaya Selatan.

3. Penelitian memiliki kekuarangan dan keterbatasan yang perlu diperbaiki pada penelitian selanjutnya. Sebagai pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, disarankan agar dapat mencari faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini yang di duga dapat mempengaruhi hubungan terhadap keputusan pembelian.